Webphones et tablettes numériques

Des offres numériques à concevoir
pour les titres de presse aujourd'hui..

Cette note fait la synthèse de trois axes majeurs de recherches depuis fin juin 2010.

- L'arrivée à court terme de nouvelles tablettes (fin 2010 – début 2011) et les nouveaux bouleversements à en attendre.
- Les possibilités techniques aujourd'hui existantes pour concevoir une offre numérique payante.
- Les moyens actuels de micro-paiement.

2010, année de l'iPad.

- Précédé d'une campagne de rumeur puis de presse, un lancement en fanfare après le succès incontestable de l'iPhone.
- Si la France est le deuxième pays au monde (après les Etats-Unis) en taux de pénétration de l'iPhone, l'iPad a semblé y faire des débuts plus lents. Pourtant les experts de *Gfk et Gartners* prévoient entre 400 000 et 450 000 iPads vendus à fin 2010 en France (pour un total d'un peu plus de 4 millions dans le monde).
- Apple demeurerait en position de leader du marché (entre 50 et 60 %) des ventes dans le monde au cours de l'année 2011. Ces parts de marché baisseront mécaniquement sous l'effet de l'existence d'autres systèmes d'exploitation.

- Déjà, la préparation d'un mini-iPad, plus adapté « Webbook » (18 cm de diagonale au lieu de 25 cm actuellement).
- Outre une lecture agréable et optimisée des livres numériques, le réel avantage de l'iPad par rapport au Kindle d'Amazon ou au Sony Reader qu'il détrône, réside dans la panoplie des services connexes offerts comme la navigation web, l'e-mail, la connexion aux réseaux sociaux et le multimédia, sans oublier les fameuses «apps» rendues déjà notoires par l'iPhone.
- Si l'ordinateur, fixe ou portable demeure un outil de travail, l'iPad – objet beaucoup plus personnel et intime - a crée de nouveaux usages, surtout dans le domaine du temps libre, des loisirs, de l'information, des temps de transports longs, des services et du nomadisme.

De nombreux « iPad-killers » en embuscade.

- Une dizaine de produits concurrents est annoncée pour le 4e trimestre de 2010, avec la perspective des achats de fin d'année.
- Une vingtaine serait en préparation mais il y aura sûrement des flops.
- Toutes les grandes marques et constructeurs s'y sont mis : HP, Toshiba, ACER, Dell, LG, Samsung, MSI, Asus, Archos, etc…

- Même les opérateurs téléphoniques ou les hébergeurs y vont : Olive Telecom (Inde), Orange (France), 1&1 (Allemagne) pour une offre couplée tablette fabriquée en grande série + forfait ou abonnement wifi et/ou 3G.

Demain, des tablettes plus ouvertes, performantes et communicantes.

- Allant de 7 à 10 pouces, elles offriront des fonctionnalités que l'iPad n'a pas aujourd'hui.
- Prise USB, capteur de photos, webcam, bluetooth, port HDMI, téléphonie en IP.
- Comme l'iPad, toutes seront résolument plurimedias : textes, photos, sons, vidéos, TV en direct, radios. Une convergence de tous les medias.
- L'iPad sera sans doute obligé de s'adapter et de s'ouvrir aux fonctionnalités qu'il n'offre pas encore actuellement.

Des prix à la baisse.

- Certaines tablettes sont annoncées à moins de 150 euros (Archos) et plus bas encore avec un forfait 3G.
- Le prix moyen devrait se situer entre 200 et 250 euros, soit plus de deux fois moins cher que l'iPad. Plus bas si les opérateurs subventionnent.

- L'Inde préparerait une tablette à 30 $ et passerait en wifi haut débit ses universités et écoles : un modèle à observer, car transposable ensuite dans d'autres pays émergents ou en voie de développement (Amérique du Sud et continent africain).

Une variété de systèmes d'exploitation.

- Actuellement, l'OS 4.2 pour l'iPhone et l'iPad.
- Un grand absent, Nokia, pourtant leader auparavant en téléphonie mobile. Il lui faut absolument d'abord relancer sa game de smartphones.
- Les tablettes concurrentes seront majoritairement soit sous Androïde, de façon moindre sous Windows. Une guerre des systemes et des formats va faire rage, comme il y a 20 ans au moment de l'irruption des PC, et comme il y a 35 ans pour les magnétoscopes (VHS, Betamax, V2000).
- Une pluralité d'applications pour tablettes dérivant de ce qui est déjà proposé pour les smartphones. Par exemple, Adobe Reader pour Androïde a déjà dépassé le million de téléchargements (au 30 juillet 2010).

Le retour d'Adobe.

- Alors que les technologies Flash et Shockwave d'Adobe ne sont pas acceptées par l'iPhone comme l'iPad, celles-ci le seront en revanche par les tablettes fonctionnant sous Androïde ou Windows.
- La lecture en feuilletage Flash et la prise en compte d'effets Shockwave (tous deux aussi très utiles pour les bandeaux de publicité) seront possibles sur ces nouvelles prochaines tablettes.
- De plus, pour réagir contre l'ostracisme d'Apple et contre-attaquer, Adobe a créé une application baptisée Adobe Digital Publishing Magazine Plateform. Celle-ci permet aux designers, graphistes et développeurs de créer, à partir d'InDesign, des versions interactives du print pour un iPad… mais aussi pour les autres tablettes numériques à venir. D'autres solutions sont en cours de recherche.
- L'application numérique du magazine Wired, de très belle qualité, est disponible sur l'iPad à 3,99 euros. Elle a été créée à partir d'Adobe Digital Publishing Mgazine Plateform.

Des révolutions encore à venir

- Des versions numériques enrichies du print proposeront aux détenteur d'une tablette numérique – comme c'est déjà le cas pour l'iPad – plus de vidéos, de photos, de sons, d'infographies autour du print numérisé.
- Emergence de nouveaux modes d'écriture journalistique autour du concept de Rich Media.
- Aujourd'hui dans le monde, 500 millions de personnes consultent le web à partir de leur smartphone (ou encore webphone). Corée et Japon sont plusieurs années en avance sur l'Europe et l'Amérique du Nord.
- 3 milliards d'internautes mobiles sont attendues à l'horizon 2015, ceci incluant les pays en voie de développement, car la démocratisation des tablettes numériques participera a ce développement vraisemblablement très, très rapide du web mobile.
- Il y aurait, dans 5 ans, plus de connexion à l'internet via des outils nomades que via des postes fixes.
- Le format « tablette » va s'imposer et exigera des formats de pages web mieux adaptées aux écrans de ces nouveaux terminaux : agencement adapté, tactilité, possibilité de zoomer, de passer d'un mode portrait à un mode paysage, etc.
- La révolution des écrans tactiles sur poste fixe est aussi en route.

Des readers…

- Ils existent déjà, disponibles gratuitement sur l'AppleStore : de nombreuses applications permettant de lire des documents au format PDF (pièce jointe à un mail ou fichier à télécharger).
- Elles on chacune leur ergonomie spécifique, avec leurs intérêts et leurs limites.
- A noter particulièrement : Ibooks, Stanza, eReader, Bookman, IReadPDF, GoodReader CloudReaders, iPDF, DocumentReader.
- Il en existe aussi pour Androide et Windows7, déjà testés et éprouvés sur les smartphones.

Des expériences de kiosques pour tablettes

- Milibris (l'Equipe, Le Petit Futé).
- Zinio (leader dans son domaine, déjà une offre large de magazine français, reader offert, commission allant de 25 à 50% du prix selon téléchargement ou non à partir de sa plate-forme, frais techniques de 0,25 euro par vente).
- Relay offre aussi une application gratuite pour iPad, permettant ensuite d'acheter en ligne des magazines numériques (prix de vente entre 4 et 6 euros).
- MagaZooms, MagCloud, Monkiosque.fr

Des possibilités de contourner ou d'ignorer l'AppleStore

- Certaines applications permettent aussi de contourner l'AppleStore par le biais d'une simple connexion wifi.
- Il suffit de déposer un fichier spécifique sur un dossier destiné de son PC ou Mac pour qu'il se télécharge ensuite immédiatement sur un iPad.
- *DropBox, FreeFTP, CloudReaders.*

Micro-paiement

Les solutions existent maintenant et sont fiables parce que mises au point par l'internet fixe et la téléphonie mobile :

- Cartes bancaires de crédit
- Paypal
- Paiement via l'opérateur ou Gallery
- Système de compte client
- Compte sur iTunes

La mise en œuvre de tels modules est relativement simple à faire faire par un prestataire extérieur. Les banques sont prêtes.

Des conséquences méthodologiques et économiques pour la presse.

- La plupart des éditeurs notoires proposent maintenant une version numérisée de leurs titres pour l'iPad. Des éditeurs plus modestes ont pris le parti d'éditer uniquement en numérique et non plus en print.
- Applications ou sites optimisés pour webphones et tablettes seront probablement les canaux principaux au travers desquels on accédera de plus en plus aux médias, dont la presse écrite.
- A la différence de l'iPhone, et même de la traditionnelle navigation web via un PC, les tablettes vont vraisemblablement ouvrir la voie à de nouvelles interactions avec l'information, mais aussi à une convergence des médias print, radio, video, TV, réseaux sociaux.
- L'écran 100% tactile comme la connexion au web et aux réseaux sociaux permettront d'interagir avec les éléments de contenu.
- En amenant une nouvelle façon de communiquer, l'iPad et autres tablettes provoquent déjà indirectement une redéfinition des métiers de l'information.
- Le magistère de la presse est contraint à chercher de nouveaux chemins par la mise en réseau et en capillarité de ses lecteurs.

- La où le smartphone était vu comme une simple diversification du titre dans une approche nomade et cross-media, la tablette semble correspondre d'avantage à une version numérique du titre.
- Une récente étude *ComScore* met en évidence que les 15-24 ans se ruent sur le web depuis leur portable.
- Il en sera vraisemblablement de même avec leur tablette, lorsque l'objet sera démocratisé et usuel.
- Dans dix ans, cette génération deviendra prescriptrice, ayant intégré toutes les possibilités et usages du web mobile.
- Ces usages, qui se découvrent actuellement, risquent de modifier profondément les comportements, tout comme l'internet sur poste fixe l'a déjà fait en moins d'une décennie.